

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Bisnis merupakan lahan bagi para pelaku bisnis untuk mencari keuntungan. Menurut Kasmir dan Jakfar (2012), bisnis adalah usaha yang dijalankan yang tujuan utamanya adalah keuntungan. Bisnis memiliki berbagai macam jenis salah satunya adalah bisnis di bidang kuliner. Pada sebuah bisnis kuliner, tata letak yang merupakan bagian dari *servicescape* memiliki peran penting dalam jalannya bisnis di bidang kuliner ini, dan dapat membuat sebuah bisnis berbeda satu dengan yang lainnya.

Menurut Heizer dan Render (2012), Tata Letak merupakan suatu keputusan penting yang menentukan efisiensi sebuah operasi secara jangka panjang. Tata letak memiliki banyak dampak strategis karena tata letak menentukan daya saing perusahaan dalam hal kapasitas, proses, fleksibilitas biaya, kualitas lingkungan kerja, kontak dengan pelanggan, dan citra perusahaan. Tata letak yang efektif dapat membantu organisasi mencapai sebuah strategi yang menunjang diferensiasi, biaya rendah, atau respon yang cepat. Tujuan dari strategi tata letak adalah membangun tata letak yang ekonomis yang memenuhi kebutuhan dalam persaingan perusahaan. Di dalam tata letak terdapat pembahasan tentang *Servicescape*.

Menurut Bitner (1992) mengatakan bahwa *servicescape* memberikan penjelasan tentang adanya suatu saling keterkaitan antara suasana dengan

lingkungan sekitar. Dalam hal ini merupakan aspek layanan yang perlu dipertimbangkan dalam menilai bagaimana lingkungan fisik sekitar memiliki dampak humanistik pada pelanggan dan pekerja. Pentingnya *servicescape* dalam organisasi pelayanan makanan tidak boleh diabaikan karena menyediakan citra organisasi kepada pelanggan sebelum interaksi antara pelanggan dan penyedia layanan terjadi. Jika terdapat kegagalan *servicescape*, dapat mengurangi persepsi kinerja layanan dan membangkitkan perasaan ketidakpuasan, sehingga mengarah ke keluhan konsumen. Pemahaman tentang bagaimana menangani keluhan dan pulih dari kegagalan adalah tantangan besar bagi manajer layanan (Lia, Othman, e.t.all. 2009).

Seiring dengan berkembangnya zaman, saat ini bisnis di bidang kuliner selalu mengalami peningkatan. Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi di berbagai belahan dunia (Nonto, 2006). Berbagai *outlet* yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk banyak bermunculan dari yang sederhana hingga yang mewah, hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia, dan menjadi ladang bisnis yang sangat menguntungkan bagi para pelaku bisnis. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa alasan rasional *outlet* makanan tumbuh karena para pelaku bisnis makanan bisa mengantongi keuntungan bersih minimal 50% setelah dikurangi biaya operasional (Sari, 2005).

Pertumbuhan yang sangat pesat pada bisnis dalam bidang kuliner membuat persaingan semakin meningkat. Hal ini membuat para pengusaha

yang juga mempunyai bisnis dalam bidang kuliner tersebut harus memutar otak untuk berlomba-lomba memenangkan persaingan tersebut. Para pelaku bisnis harus mempunyai faktor-faktor pembeda pada usahanya dengan usaha lain yang sejenis. Faktor yang dapat dijadikan pembeda dan membuat suatu usaha memiliki keunggulan bersaing adalah *Servicescape* (Fasilitas Pendukung Jasa).

Dalam membuat sebuah tatanan layanan yang baik, sebuah usaha perlu mempertimbangkan elemen-elemen di dalam *servicescape* seperti kondisi ambien, tata ruang spasial dan fungsionalitas, serta tanda-tanda, simbol, dan artefak. Ketiga elemen tersebut merupakan faktor penting yang dapat membuat sebuah usaha memiliki keunggulan bersaing sehingga usaha tersebut dapat membuat sebuah untuk memenangkan persaingan, khususnya pada usaha di bidang kuliner seperti rumah makan dan cafe yang tidak hanya membutuhkan produk yang baik, namun juga memerlukan sebuah tatanan *servicescape* yang baik pula.

Perkembangan cafe di Kota Malang dan Batu sangatlah pesat. Hampir di ruas-ruas jalan kita dapat melihat berbagai macam cafe, mulai dari yang kecil sampai yang besar. Cafe Warsu (Warung Susu) merupakan sebuah cafe yang berbeda daripada cafe pada umumnya yang identik dengan menjual minuman kopi dan minuman lainnya. Cafe ini menjual minuman susu yang notabene adalah minuman yang sulit dijual dan tidak semua orang atau hanya orang-orang tertentu yang dapat menikmatinya, minuman susu ini diolah menjadi beberapa produk minuman dan bahkan menjadi produk unggulan di cafe ini. Selain menjual minuman susu, cafe Warsu juga menjual berbagai macam makanan berat dan ringan sebagai teman dari

minumannya. Cafe ini berada di daerah keramaian kota Malang yaitu di daerah Soekarno Hatta. Letaknya yang dekat dengan area kampus Universitas Brawijaya dan Politeknik Malang membuat para pengunjung cafe ini kebanyakan adalah mahasiswa. Sedangkan yang digunakan sebagai pembanding dari cafe Warsu Malang adalah cafe Milk Me Surabaya, yang memiliki kesamaan sebagai cafe dengan menjual minuman susu produk unggulan, dan berada di dekat area kampus dari beberapa universitas di Surabaya salah satunya adalah Universitas Dr Soetomo Surabaya.

Pada Cafe Warsu terdapat fasilitas-fasilitas pendukung seperti kursi dan meja, meja kasir, tempat parkir, toilet, TV, papan nama “Warsu”, musholla, lampu penerangan, namun untuk jarak antara meja terlalu berdekatan ketika keadaan ramai. Sedangkan fasilitas-fasilitas yang ada di cafe Warsu juga dimiliki oleh cafe Milk Me, dan terdapat fasilitas di cafe Milk Me yang tidak dimiliki Cafe Warsu yaitu Meeting Room dan ruangan indoor. Semua fasilitas-fasilitas tersebut harus sesuai dengan kepentingan konsumen sehingga fasilitas-fasilitas tersebut dapat mempengaruhi para konsumen warsu dalam segi kenyamanan dan keamanan agar konsumen ingin berlama-lama dan ingin kembali lagi ke Cafe Warsu. Berikut ini merupakan beberapa ulasan dari konsumen Warsu yang diambil dari Google Review yang disajikan dalam bentuk tabel.

**Tabel 1.1**  
**Ulasan Konsumen**

No.	Nama	Ulasan
1	<u>Octavialdo Nur W</u>	Salah satu kafe yang paling tren di Malang. tempat yang cukup nyaman, biasanya penuh sesak pada malam (hari kerja atau akhir pekan). Menu utama adalah susu, banyak berbagai, dan tidak terlalu baik tetapi juga tidak terlalu buruk.
2	<u>Ayatulloh Ahad Robanie</u>	Tempat strategis, parkir tidak terlalu luas, menu enak dan harga terjangkau. Cocok untuk meet, banyak mahasiswa sering berkumpul untuk keluar bersama. <i>Live</i> musik hanya pada hari tertentu. Buka mulai jam 11.00 hingga 22.00.
3	<u>Enka Wardana</u>	Minumannya sangat direkomendasikan, terlebih di varian rasa susunya. Untuk tempat sih lumayan besar, meski terkadang sedikit tidak leluasa karena banyaknya pembwlu.
4	<u>Qiqi Alyuzra</u>	Tak sebagus yang saya bayangkan, dan mungkin pilihan menuku waktu itu salah.
5	<u>Miss Nani Tiyu</u>	Wifi lancar. Tapi kalau malam full asap rokok
6	<u>Andi Brata</u>	Tempat yang bagus meski sedikit bising.
7	Putra Ramadhan	Kursinya juga tidak terlalu banyak, tempat parkir tidak luas untuk mobil, bahkan untuk motor juga ketika malam minggu.
8	Galang Nurramadhan	Kursi rotan kebersihannya kurang terjaga
9	<u>Miftahul Rizki</u>	Tempat nongkrong yang enak dan harganya murah, cuma biasanya ramai jadi terlalu berisik
10	<u>Putri Delfi</u>	Tempat duduk & tempat parkir kurang memenuhi kuota
11	Made S	Untuk ruangan lumayan bersih, namun di area toilet aromanya terkadang kurang menyenangkan

Sumber: <https://www.google.co.id/search>

Secara keseluruhan fasilitas-fasilitas pendukung jasa pada Cafe Warsu dapat dikatakan masih belum efektif dan masih belum mendukung dengan baik jasa yang diberikan kepada konsumen. Perlu adanya perbaikan pada beberapa

*servicescape*/fasilitas-fasilitas pendukung Cafe Warsu untuk menambah daya saing cafe tersebut.

Dengan melihat permasalahan di atas dan berangkat dari pemikiran tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Perbaikan *Servicescape* Pada Cafe Warsu Malang”.

### **B. Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang dibuat, maka penulis membuat sebuah rumusan masalah yaitu tentang

1. Bagaimana *servicescape* yang diinginkan oleh konsumen cafe Warsu malang?
2. Apa saja *servicescape* yang dapat diperbaiki oleh perusahaan?
3. Bagaimana cara perusahaan memperbaiki *servicescape*?

### **C. Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah yang telah dibuat di atas maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui *servicescape* yang diinginkan oleh konsumen dari cafe Warsu Malang.
2. Untuk mengetahui *servicescape* yang dapat diperbaiki oleh perusahaan.
3. Untuk mengetahui cara perusahaan memperbaiki *servicescape*

#### **D. Manfaat Penelitian**

Suatu penelitian diharapkan dapat memberi manfaat baik bagi penulis itu sendiri, maupun pihak lain. Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Penelitian ini akan menimbulkan kebijakan baru yang dilakukan oleh manajemen cafe Warsu tentang *servicescape* yang ada di cafe, yang membuat *servicescape* pada cafe Warsu semakin baik dan jumlah pengunjung meningkat.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti tentang *Servicescape* pada sebuah Cafe.

